

ABSTRAK

Perkembangan bisnis saat ini meningkat tajam dengan semakin banyaknya pemenuhan kepuasan kebutuhan manusia saat ini. PT *Federal International Finance* bergerak untuk mengatasi kebutuhan ekonomi masyarakat dengan menjadi solusi pembiayaan yang terbaik bagi masyarakat seluruh Indonesia. Persaingan bisnis antar perusahaan pembiayaan yang semakin kompetitif membuat PT *Federal International Finance* Yogyakarta merancang sebuah strategi komunikasi pemasaran dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Ini membuat peneliti untuk menganalisa bagaimana strategi komunikasi pemasaran FIF yang digunakan dalam meraih target dan mempertahankan loyalitas nasabah. Tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan strategi yang dilakukan serta implementasi strategi yang telah dilakukan oleh PT FIF Yogyakarta. Kerangka pemikiran yang digunakan disini adalah model proses komunikasi Shannon-Weaver dalam menjelaskan proses komunikasi pemasaran serta konsep bauran promosi digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan kegiatan komunikasi pemasaran di FIF Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode ini bertujuan memperoleh gambaran atas hasil yang diperoleh tentang strategi komunikasi pemasaran melalui penggunaan bauran promosi dalam meraih target nasabah. Data diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Di dalam hasil penelitian menunjukkan FIF Yogyakarta menjalankan strategi komunikasi pemasarannya dalam mencapai target menggunakan bauran promosi, yaitu promosi penjualan melalui pameran dan program promosi, teknik penjualan tatap muka melalui sales marketing, periklanan dengan menggunakan brosur dan media luar ruang, pemasaran langsung melalui telemarketing dimana FIF membangun komunikasi dan hubungan dengan pelanggan secara interaktif melalui kontak telepon. hubungan masyarakat dan publisitas, serta *online marketing* sebagai elemen tambahan dalam kegiatan promosi, semua itu tidak lepas dari loyalitas dan peran serta dealer dalam menunjang kegiatan promosinya. Selain itu juga didukung oleh pelayanan FIF melalui loyalty konsumen yang dapat menarik konsumen.

ABSTRACT

The development of today's business has grown very well, to fulfill human needs at this time. PT Federal International Finance overcome the economic needs of society become the best finance solution for Indonesian. Competition among motorcycle financing company is getting competitively, this makes Federal International Finance company in Yogyakarta designs a good marketing communication strategy. This allow the researcher to analyze how FIF design its marketing communication strategy to achieve its target and also to maintain its customer loyalty. The purpose of this research is to determine the strategic planning undertaken by PT FIF Yogyakarta and the results of its strategy. The framework of this research here use a model of the Shannon-Weaver communication in explaining the process of marketing communications and the promotional mix concepts to describe and explain the marketing communication activities in FIF Yogyakarta. This research used descriptive qualitative method. This method aims to obtain an overview over the results of the marketing communication strategies through the use of promotional mix to reach company's target customers. The Data which are used in this research are obtained by interview, observation and documentation. The results of this research showed that FIF Yogyakarta in implementing marketing communications strategies uses promotion mix with sales promotion with exhibition and attractive marketing programs, face-to-face sales techniques through sales marketing, flyers advertising using brochure, direct marketing via telemarketing in building relationships and good services to customers via telephone with customer, public relations and publicity, and online marketing as an additional element in promotional activities. all assisted by participating dealer in participant promotion activity. Beside that supported by FIF service with customer loyalty that interested customer.